

Dejana Nešić

Fakultet političkih nauka u Beogradu
dejana.nesic1@gmail.com

Domaće i strano kao konstrukti imaginacije u svetu virtuelnog komuniciranja

Sažetak

Rad se bavi odnosom domaćeg i stranog koji je strukturiran novom društvenom snagom imaginacije u deterritorijaliziranom, globalno umreženom svijetu. Obrazloženje je utemeljeno u teoriji prekida Arjuna Appadurajia (2011), koja razmatra medije i migraciju kao svoje glavne elemente i istražuje njihovo združeno djelovanje na rad imaginacije kao konstitutivne osobine postmoderne subjektivnosti. Masovne migracije i sredstva komunikacije obilježavaju postelektronski svijet tako da prizivaju rad imaginacije, jer kontekstualiziraju i strukturiraju naše predodžbe nudeći nove izvore za zamišljanje sepstva i zamišljene svjetove. Uz premještanje stanovništva, veliki i složen repertoar slika i narativa, gledateljima širom svijeta, koji ga doživljavaju i transformiraju, nudi elemente za eksperimente samooblikovanja na osnovi zamišljenih scenarija života ljudi koji žive na drugim mjestima. Mediji su fantazmatsko mjesto ukrštanja domaćeg i stranog i pomažu da se izgrade narativi o Drugom i protonarativi o mogućim životima kroz pojačanu društvenu snagu imaginacije.

Ključne riječi: *domaće, strano, imaginacija, virtualno komuniciranje, mediji.*

Na početku svoje knjige *Mreže bez uzroka – Kritika društvenih medija* Garry Lovink iznosi tezu da je nekada internet mijenjao svijet, a da danas svijet mijenja internet (Lovink, 2011:1). Sve intenzivniji ekonomski, politički i kulturni procesi globalizacije praćeni su globalnom umreženošću zahvaljujući ogromnom tehnološkom napretku u području sredstava digitalnih komunikacija, kojom je ostvarena mogućnost globalnog komuniciranja, čiji sve djelotvorniji subjekti jesu građani pojedinačno ili okupljeni u neformalne grupe – virtualne zajednice na internetu. Steven G. Jones napominje da virtualno komuniciranje definira naše svakodnevne aktivnosti tako da one ovise o besprijeckornom funkcioniranju naših komunikacijskih tehnologija i od naše sposobnosti da ih razumijemo (Jones, 2001).

Sudari i susreti domaćeg i stranog neotuđivi su sastojak interneta i njemu svojstvene virtualne komunikacije, u kojima je prisutna “postojana erozija odnosa između prostornog i virtualnog susedstva, izazvana snagom i oblikom elektronske medijacije” (Appadurai, 2011: 281). U svijetu manje centraliziranih oblika lojalnosti i transnacionalnog povezivanja, u kojem multikulturalnost i međukulturno komuniciranje nisu izuzetak nego pravilo, domaće i strano postaju isprepletani u realnom, ali i u virtualnom. Nestor Garcia Canclini govori o prelaženju puta od “društava rasutih u hiljade seoskih zajednica s tradicionalnim, lokalnim i homogenim kulturama do velikog urbanog plana s heterogenom simboličkom ponudom koju obnavlja stalna interakcija između lokalnih, nacionalnih i transnacionalnih komunikacijskih mreža” (Canclini, 2012: 569). Značajna činjenica je i ona na koju ukazuje Arjun Appadurai – da je “proizvodnja lokalnosti više nego ikada ispunjena protivrečnostima, destabilizirana kretanjem ljudi i izmeštena nastankom novih vrsta virtualnih susedstava” (Appadurai, 2011: 294).

Virtualna kultura nije sputana je idejama prostorne granice i teritorijalnog suvereniteta. Manuel Castells iznosi tezu da je “zajednička kultura globalnog umreženog društva, kultura protokola komunikacije koji omogućavaju komunikaciju između različitih kultura, i to ne na osnovu zajedničkih vrednosti već na osnovu toga što dele vrednost komunikacije” (Castells, 2014: 63). Castells ovo objašnjava činjenicom da je nova kultura sačinjena od procesa umjesto od sadržaja, odnosno da je globalna kultura zapravo kultura komunikacije kojoj je komunikacija svrha. Kultura umreženog društva je kultura protokola komunikacije između svih kultura svijeta, u kojoj je riječ o otvorenoj mreži kulturnih značenja koja, po Castellsu, jedino mogu postojati paralelno, ali tako da istovremeno utječu jedno na drugo i oblikuju jedno drugo, upravo na osnovi spomenute razmjene. Castells identificira njegova četiri kulturna obrasca: konzumerizam, umreženi individualizam, kozmopolitizam i multikulturalizam (Castells, 2014). Riječ je o procesu u kojem svjesni društveni akteri različitog porijekla nude svoja sredstva i uvjerenja drugima očekujući isto zauzvrat, ali ujedno očekujući i sudjelovanje u svijetu sačinjenom od različitosti, čime će se okončati pradavni strah od drugog. Virtualna kultura ili kako je Castells naziva, “kultura umreženog individualizma” (Castells, 2014: 161) nalazi omiljenu platformu u raznovrsnom univerzumu masovne samokomunikacije, odnosno u internetu, bežičnoj komunikaciji, online igrama i digitalnim mrežama kulturne proizvodnje, mijenjanju poznatih sadržaja i distribuciji. To, prema Castellsu, ne znači da je internet

isključiva domena individualizma. Internet je komunikacijska mreža i kao takva je i instrument za difuziju konzumerizma i globalne zabave, ali i kozmopolitizma i multikulturalizma. “Kultura umreženog individualizma može na najbolji način da se izrazi u komunikacionom sistemu koji karakterišu autonomija, horizontalno umrežavanje, interaktivnost i ponovno kombinovanje sadržaja u okviru inicijative pojedinca i njegovih mreža” (Castells, 2014: 161). Korisnici tamo mogu djelovati kao medijska publika, ali mogu i sudjelovati i biti autori, govornici, državnici, eruditi. U svojoj knjizi *Biti digitalan* Nicolas Negroponte je još 1995. godine predvidio da će doći vrijeme kada će medijska publika imati mogućnost kreiranja vlastitog izbora poruka i sadržaja koji je interesiraju (Negroponte, 1995), i tako zaobići tzv. “čuvare kapija” i “kreatore dnevnih redova” u medijima (Radojković, Stojković, Vranješ, 2015: 158). U globaliziranom, multikulturalnom svijetu koji karakteriziraju različiti kulturni obrasci, protokoli komunikacije odnose se na praksu i podršku organizacijskim platformama koje omogućavaju razmjenu značenja između kulturnih polja globalnog umreženog društva. Raznovrsne kulturne obrasce u okviru kojih se organizira komunikacija u globalnom, digitalnom dobu našeg svijeta karakterizira suprotstavljenost između globalizacije i identifikacije (stranog i domaćeg), kao i tenzija između individualizma i komunalizma, što je povezano s kulturnim identitetom, jer pojedinac može potjecati iz individualističkih ili kolektivistički orijentiranih zajednica u kojima zajedništvo ima prioritetnu vrijednost, odnosno *mi* ima prednost nad *ja*. Nove tehnologije zasnovane na umrežavanju predstavljaju kanal za globalnu razmjenu lokalnih kulturnih manifestacija. “Globalni digitalni komunikacioni sistem nije zasnovan na difuziji jedne dominantne kulture odozgo prema dole. Raznovrstan je i fleksibilan, a sadržaj poruke je otvoren, u zavisnosti od specifičnih konfiguracija” (Castells, 2014:173). Jones smatra da je virtualni prostor socijalno konstruirano i rekonstruirano mjesto (Jones, 2001). Konstruirano je uz pomoć simboličkih procesa koje pojedinci i grupe započinju i na kojima rade. Drugi autor navodi da je virtualni prostor dio kolektivnog kulturnog pamćenja, da je on popularna kultura i naracija njenih žitelja koja ih podsjeća tko su, da je prostor za razonodu i rad, ali i arena moći – korisnici *cyber* prostora i komunikacija djeluju svaki dan na pretpostavci da se tiranija geografije može prevladati u ovom prostoru. On je iznova osmišljena javna sfera društvene, političke, ekonomske i kulturne interakcije. Za mnoge korisnike on je prostor vitalnosti i pripadanja koji ima kvalitetu otvorenosti (Fernbak, 2001).

U pokušaju definiranja odnosa domaćeg i stranog moglo bi se poći od fenomenološkog stanovišta na kojem počiva sintagma Bernharda Waldenfelsa o “drugom kao mom dvojniku”, gdje “stranost usred mene otvara puteve za stranosti drugog” (Waldenfels, 2010: 91). Naime, stranost drugog se neizbježno konstituira na tlu “sfere vlastitog” i “unutar i sa sredstvima vlastitog” (Hua I, 131 prema Waldenfels, 2010). Stranost drugog se onda jednom za svagda izvodi iz vlastitog. Drugo se razotkriva kao alter ego, ili kao drugo Ja (Waldenfels, 2010). Također, drugi je neophodna pretpostavka komuniciranja, jer da bi komuniciranje bilo moguće mora postojati drugi obdaren sviješću i sposobnošću da primi i protumači informaciju. Da bi se shvatila nužnost postojanja drugog za proces komunikacije valja se pozabaviti drugim koji je to na izrazit način, tj. strancem i osobitostima koje nastaju u komunikaciji s njim, gdje je zapravo riječ o interkulturalnom komuniciranju, u kojem sadržaji i forme individualne i kolektivne svijesti na bitan način određuju domašaj i kvalitetu komunikacijskog procesa. U drugome,

odnosno strancu, može se prepoznati svoj, odnosno u svome se može prepoznati drugi. Istovremeno relativiziranje sebe i drugog, odnosno prepoznavanje sebe u drugome i drugog u sebi, u osnovi je interkulturalnog komuniciranja. (Stojković, 2002). Claude Levi-Strauss je tvrdio da se društvenost svodi na razmjenu i da se tijekom civilizacijskog procesa uzastopno širi pojam drugog (Levi-Strauss, 1966). Dva su bitna aspekta za razmatranje statusa drugog o kojima govori Waldenfels. "Drugost ili stranost drugoga javlja se u formi *pathosa*, specifične strane afekcije" (Waldenfels, 2010: 92) ili događaja, "koji na sebi nosi karakteristike stranosti u odnosu na Ja, pre nego što je pripišemo onome ko ju je prouzrokovao" (Waldenfels, 2010: 95). Waldenfels objašnjava da se osjećamo pogođeni drugima prije nego što smo došli do toga da pitamo tko su i što znače njihova izražavanja. Drugi aspekt je sadržan u činjenici da "nisam afektovan od drugog ja ili drugog subjekta zato što se on od mene razlikuje, već od strane nekoga ko mi je jednak, pa ipak neuporediv" (Waldenfels, 2010: 93). Kao što u realnosti naše prirodno tijelo protječe kroz skalnu blizinu i daljinu, tako nam i u virtualnom komuniciranju naše socijalno tijelo više ili manje pripada prema naizmjeničnoj blizini ili daljini u odnosu na druge. Vlastito i strano isprepletani su jedno u drugom, dok se svako od nas upušta u preplitanje društvenih odnosa. Ono što zapažamo, osjećamo i kažemo prepleteno je s onim što drugi zapažaju, osjećaju i kažu. Mi smo, tijekom svakodnevne razmjene poruka, bilo s neposrednom okolinom ili kada smo online, istovremeno u ulozi primatelja i čuvara vlastite kulture. S druge strane, upoznavajući druge kulture u prilici smo da pravimo svjesne izbore i pokušamo sagledati druge na način koji je drugačiji od našeg, a svojstven njima. To osvježava i razumijevanje naše vlastite kulture, jer omogućava da je sagledamo na novi neočekivan način (Stojković, 2002). I u virtualnom komuniciranju, usprkos odsutnosti, vlastito tijelo bi se moglo okarakterizirati kao polustrano tijelo koje ne samo da je opterećeno stranim intencijama, nego i požudama, projektima, navikama, afektima i bolovima koji potječu od drugih. Poznato je da je virtualna komunikacija lišena socijalnih stega, jer je oslobađanje od inhibicija jedna od osobitosti kompjuterske komunikacije (Jones, 2001) zbog čega su sukobi u internetskom prostoru česti i suroviji u odnosu na ponašanje u osobnim kontaktima, a potječu iz neslaganja vlastitih pogleda korisnika na ključne vrijednosti poput slobode govora, poštovanja drugih i različitih viđenja idealne zajednice. Može se zapaziti da sukobi nastaju kao rezultat personalnog i društvenog identiteta svakog pojedinca koji ulazi u online komunikaciju kao kulturno heterogeni sudionik interkulturalnog komuniciranja, gdje odsustvo zajednice iskustva čini komunikacijski dis-kontinuum vidljivim. U takvoj međugrupnoj ili čak međukulturalnoj relaciji, reference prostora, vremena, sjećanja i društvene pripadnosti ne samo da su različite nego su često i s one strane svijesti sudionika u komunikaciji i kao takve u interpersonalnoj i interkulturalnoj komunikaciji mogu dovesti do neslaganja i odsustva sporazumijevanja (proces poznat kao *identity negotiation* koji se odvija u kontaktu onih pojedinaca, grupa, pa i čitavih društava koji imaju različite identitete; uspješno međukulturalno komuniciranje¹¹¹ u koje su uključeni

111 Međukulturalno komuniciranje podrazumeva interaktivnu situaciju u kojoj se razvija proces razmene simbola u kojem se pojedinci iz dve ili više različitih kultura sporazumevaju dolazeći do zajedničkih (*shared*) značenja. Kultura označava pripadanje grupi čiji članovi poseduju iste vrednosti, norme i grupnu tradiciju (*nacija, etnička grupa ili grupe koje odlikuje osobena npr. rodna ili lokalna kultura*) (Stojković, 2002).

komunikacijski obrasci, širi kontekst i kultura sudionika, pretpostavlja razumijevanje tih procesa) (Stojković, 2002). “Specifično američka svojstva interneta kao što su upotreba engleskog, tehnički razvoj i vrednosni sistem korisnika strukturiraju njegovu upotrebu širom sveta” (Jones, 2001:11). Intrapersonalna stranost koja podrazumijeva preuzimanje jezika od drugih da bi se komuniciralo poprima crte interkulture stranosti. Waldenfels smatra da nikome nisu u potpunosti pristupačni vlastiti osjećaji i poticaji, vlastite jezične forme i vlastite kulturne navike, jer nitko ne pripada vlastitoj kulturi bez ostatka. Tako iskustvo stranog ne znači samo da nas strano susreće. Ono rezultira i time da i samo iskustvo postaje strano. “Čovek nije gospodar u svojoj kući” (Waldenfels, 2010: 92), kad bi to bio, on bi se mogao držati podalje od stranog i nelagodnog te pobjeći u pribježište odomaćenog. Kao što interpersonalna stranost započinje intrapersonalnom, tako i interkulturalna započinje intrakulturalnom stranošću (Waldenfels, 2010).

Pitanje međukulturalnog komuniciranja i odnosa domaćeg i stranog u svijetu virtualne kulture kao transnacionalne svakako je povezano s prirodom lokalnosti u globaliziranom, deterritorijaliziranom svijetu. Otud ćemo se za ispitivanje odnosa domaćeg i stranog baviti proučavanjem odnosa lokalnog i globalnog. Appadurai lokalnost definira kao “strukturu osjećanja, osobinu društvenog života i ideologiju situirane zajednice” (Appadurai, 2011: 281). Gidens ukazuje na to da se u uvjetima fantazmagoričnog mjesta, definiranog usponom modernosti, kojim je prekinuta veza između prostora i vremena, uspostavljaju odnosi između “odsutnih” jedinki (Gidens, 1990:28), koje ne komuniciraju licem u lice. To znači da lokaliteti bivaju oblikovani kroz veoma udaljene društvene utjecaje, tj. da prirodu i strukturu lokaliteta čine udaljeni odnosi. Važnost razdvajanja prostora i vremena za odnos lokalnog i globalnog je u tome što je ono dovelo do oslobađanja od ograničenja lokalnih običaja i postupaka, a također do nastanka modernih organizacija, takvih da su zahvaljujući svojoj iskorijenjenosti u stanju povezati lokalno i globalno na način nezamisliv u tradicionalnim društvima, čime utječu na živote milijuna ljudi (Gidens, 1990:29-30). Tako društveni odnosi bivaju izvučeni iz lokalnih konteksta interakcije i ponovo strukturirani u okviru “neodređenog protezanja vremena-prostora” (Gidens, 1990:30) i to je upravo način funkcioniranja globalne kulture umreženog društva omogućene konvergentnim online tehnologijama. U gustom tkanju lokalnog i globalnog unutar procesa hibridizacije kultura postoje fluidni i višestruki identiteti uvjetovani kako mogućnošću njihovog kreiranja zbog odsustva tjelesnog u virtualnom svijetu, tako i modelima, koje nabraja Appadurai, a to su osobe koje čine naš pomični, medijalizirani svijet – turisti, izbjeglice, imigranti, prognanici, gastarbajteri, ilegalni stranci, transnacionalni intelektualci, znanstvenici i druge pokretne grupe, pa bivamo suočeni s drugačijim funkcioniranjem realnosti i fantazije na širem planu (Appadurai, 2011). Spomenuti autor navodi primjer muškaraca i žena iz indijskih sela koji sada ne misle samo o odlasku u Punu ili Madras, nego i o selidbi u Dubai i Houston. Globalizacijski tokovi o kojima govori Appadurai, tzv. etnolici kao pokretni krajolici osoba koji predstavljaju suštinsku osobinu svijeta, uklopljeni su u medijalike – složen repertoar slika svijeta i narativnih prikaza dijelova stvarnosti koje mediji stvaraju. Etnolici utječu na politiku nacije i ponovno promišljanje tradicije kao domaćeg, proživljenog iskustva koje se iznova strukturira u kolektivnom pamćenju.

Medijalici, onima koji ih doživljavaju i transformiraju, nude niz elemenata na osnovi kojih se može sačiniti scenarij zamišljenih života, kako njihovih vlastitih, tako i ljudi koji žive na drugim mjestima. Oni su fantazmatsko mjesto ukrštanja domaćeg i stranog i pomažu da se izgrade narativi o Drugom i protonarativi o mogućim životima. Appadurai ističe da mediji stvaraju zajednice koje nemaju osjećaj mjesta i da se danas ključni identiteti i identifikacije samo djelomično vrte oko tla i mjesta. Svijet u kojem živimo zasnovan je na neukorijenjenosti, otuđenosti i psihološkoj distanci između pojedinaca i grupa, na jednoj strani, i fantazija o elektronskoj bliskosti na drugoj (Appadurai, 2011). Ukratko, Appadurai zapaža da elektronski mediji i masovne migracije obilježavaju današnji svijet na taj način da prizivaju imaginaciju, što predstavlja ključnu problematiku kulturnih procesa u današnjem svijetu. Ova dva glavna elementa Appadurajeve teorije prekida združeno djeluju na rad imaginacije, konstituirajući na taj način modernu subjektivnost. Nova društvena snaga imaginacije u suvremenom svijetu je u tome da se putem nje po prvi put ostvaruje takva društvena praksa koja predstavlja vid pregovaranja između pojedinca i globalnih mogućnosti. Zbog toga što se i gledatelji i medijske slike i senzacije neprestano kreću stvaraju se specifične nepravilnosti. I slike i gledatelji izmješteni su iz tokova lokalnog, državnog ili regionalnog prostora. Zapravo živimo u svijetu u kojem, s jedne strane, lokalno postaje globalno, dok s druge globalno postaje lokalno. Granice domaćeg i stranog su na taj način zamršene. Raznovrsni primjeri globalnog kao jedne vrste delokaliziranog, nečega što je strano svima, a u isto vrijeme postaje domaće i blisko svima, mogu se naći u kulturnoj produkciji čija su simbolička značenja sadržana u industriji zabave i dokolice. Primjeri koji se odnose na industriju filma i reklame neraskidivi su dio medijalika o kojem govori Appadurai i ilustracija su kompleksnosti kreiranja identiteta u svijetu gdje se obrisi kulturnog, ali i individualnog identiteta transnacionalno generiraju posredstvom medijalizirane stvarnosti, ali i posredstvom Mreže kojom se informacije, slike o udaljenim predjelima i ljudima i vijesti o Drugom i drugačijem, slobodno kreću čineći sastojak svakodnevice. Jedan od autora navodi takav primjer: “Telenovele najbolje mogu da se razumeju kao kulturni proizvodi koji se mogu lokalizovati, i koji su univerzalno privlačni i prevazilaze globalne mreže kapitalističkih kulturnih interesa. *Ružna Beti* služi kao primer za to kako naizgled domaći proizvod u stvari ima urođeno globalno poreklo. Ono što je u njemu globalno nije samo univerzalno privlačna priča koja podseća na *Pepeljugu* već i raznovrsni putevi uvoza i izvoza ove priče, kao i globalno povezana struktura korporacija koje su uključene u proizvodnju i distribuciju *Ružne Beti*. Bilo da se zove *Beti*, *Lisa* ili *Jasi*, i bilo da govori španskim, nemačkim, hindi ili engleskim jezikom, *Beti* služi kao prozor kroz koji se može sagledati industrija telenovela ne na način kontra protoka kulture, s juga na sever, već kao globalna mreža kulturnog sadržaja s lokalnom i globalnom privlačnošću” (Miller, 2007: 1, prema Castells, 2014:158). Slično, Pick Ayer daje primjer koji je ilustracija mješavine i uklopljenosti lokalnog i globalnog u deterritorijaliziranom svijetu. Prikaz ljubavi Filipinaca prema američkoj muzici uvjerljivo svjedoči o postojanju hiperrealnosti u okviru globalne kulture, pojačane činjenicom da su izvođenja takvih numera češća na Filipinima nego u Americi i da su vjernija od originala (Ayer, prema Appadurai, 2011). Međutim, drugi momenti njihovog života odudaraju od svijeta u kojem su nastale te pjesme,

što odražava vjernost domaćim kulturnim obrascima koji su povezani sa socijalizacijom u primarnom okruženju. Također, transnacionalni pokret borilačkih vještina naročito u Aziji, posredovan filmskim industrijama Hollywooda i Hong Konga, ilustrira načine na koje dugotrajne tradicije u srži lokalnog iskustva, preoblikovane tako da zadovolje fantazije mlade populacije, stvaraju nove kulture muškosti i nasilja koje sa svoje strane pothranjuju nasilje u nacionalnoj i međunarodnoj politici (Appadurai, 2011). Put od globalnog prema lokalnom do ponovnog uspostavljanja tog istog lokalnog na globalnom nivou dokaz je kompleksnosti ukrštanja domaćih i stranih obrazaca u kulturnoj praksi putem transnacionalne komunikacije i medijatzacije stvarnosti. Globalno reklamiranje je ključna tehnologija za širenje mnoštva odabranih kreativnih i kulturnih ideja potrošačkog djelovanja i često za svoje namjene koristi strategije pozajmljivanja elemenata lokalnog imaginarija da bi se globalno prihvaćeni brendovi, poput *Coca-Cole*, *Marlboro* cigareta, *Ballantines* viskija, univerzalnog *jeansa*, lanca brze hrane *McDonald's*, *Starbucks* kave i drugih, učinili specifičnim i različitim za konkretne potrošače te tako ti strani proizvodi bivaju široko prihvaćeni i "odomaćeni" na lokalnim tržištima širom svijeta.

Licklaider & Taylor napisali su u jednom eseju iz 1968.: "Život će biti srećniji za online pojedince zato što će ljudi s kojima se najintenzivnije saobraća biti više birani na osnovu zajedničkih interesa i ciljeva nego na osnovu slučajne blizine (...) komunikacija će biti djelotvornija i produktivnija, te tako i ugodnija" (Licklaider & Taylor, 1968: 31, prema Jones, 2001: 22). Domaće i strano mogu se problematizirati i kroz pitanja: Tko smo mi kada smo online? Osiguravaju li društvene online formacije ono što želimo u običnom životu: prijateljstvo, ljubav, zajedništvo, komunikaciju, ostvaruju li se na Mreži moralni ideali koje tražimo između sebe? Je li, dakle, naš virtualni identitet jednak našem vlastitom identitetu ili je on pozajmljenica identiteta stranih našem vlastitom? Je li uopće riječ o istinskoj komunikaciji koja podrazumijeva potvrđivanje sebe i priznavanje drugog, ali i priznavanje sebe od strane drugog, ako je riječ o fluidnom, promjenljivom identitetu? Ilustrativna je Jonesova tvrdnja da su zajednice na Mreži zamišljene više kao paralelno nego kao serijsko udruživanje ljudi, što znači da one nisu sastavljene od ljudi koji su nužno povezani, makar interesom, nego prije od ljudi koji se tijekom izvjesnog vremena kreću u istom smjeru. Oni možda čitaju iste knjige, provode neko vrijeme u "istim prostorijama za ćaskanje", gledaju iste veb stranice, zapravo imaju iste interese i zamišljaju sebe dijelom većih grupa, prije svega dijelom grupe "korisnika interneta" i podgrupa u okviru nje, ali ipak, biti online je "vrijeme kad je čovek sam, a ipak u društvu" (Jones, 2001:34). Jones smatra da internet posjeduje dvostruki potencijal. Mogao je stvoriti zajednicu kakvu smo nekad imali i tako nas okupiti i učiniti zajednicu boljom. Također, trebalo je da stvori zajednicu oslobođenu stega prostora i vremena i tako nam da slobodu da se udružimo s drugim ljudima ne obazirući se na geografsku i vremensku udaljenost. Bila bi to zajednica stvorena iz komunikacije prije nego iz stanovanja i postojanja koji ne garantiraju komunikaciju. Pokušaji da se obnove shvaćanja zajednice kakva su postojala u ranijim civilizacijama zasnivaju se na tome da se sada umjesto stanovanja javlja prepoznavanje – postoje drugi poput nas i oni znaju za nas (Jones, 2001). H. Rheingold definirao je virtualnu zajednicu kao društveni skup koji nastaje kada dovoljno ljudi

vodi javne diskusije dovoljno dugo i s dovoljno ljudskog osjećaja da stvori mreže ličnih odnosa u *cyber* prostoru (Rheingold, 1993). Svi više nego ikad tragaju za identitetom, ali dok smo nekada identitet tražili u okruženju, danas smo skloni da manipuliramo okruženjem, koristimo ga kao oruđe za stvaranje svog identiteta. Internet je takvo oruđe. Granica *cyber* prostora je neograničena, a internet proširuje mogućnosti društvene pokretljivosti. *Cyber* prostor je društveni prostor, jer su ga konstruirali ljudi. Jones zapaža da on ujedinjuje tradicionalne mitske priče o progresu i jake moderne porive za samoostvarenjem i osobnim razvojem (Jones, 2001). Komunikacija u isti mah učvršćuje naš identitet i čini ga promjenljivim i pokretljivim. Rheingold naglašava da u komunikaciji putem kompjutera komuniciraju persone ili identiteti koji nisu sasvim u suglasnosti s identitetom osobe koja ih koristi na mreži (Rheingold, 1993). U kompjuterski posredovanoj komunikaciji naše riječi postaju sekundanti, naše drugo ja, čije živote slijedimo dok se krećemo od jedne poruke do druge. Naše drugo ja logira se da bi vidjelo reakcije. Internet je diskontinuirani narativni prostor. Ruskoff ga opisuje kao “tihi svijet, u kom se svaki razgovor kuca na tastaturi. Da bi ušao u nj, čovek napušta i telo i mjesto, i postaje biće sačinjeno od reči” (Ruskoff, 1994:35). On je prostor diskurzivne interakcije, u kojem nema specifične represivne moći koja postavlja granice, niti produktivne moći koja stvara nekakvu veliku naraciju ili poželjan diskurs. Jedini oblik kontrole nalazi se u granicama koje stvara diskurs i članovima koji stvaraju diskurs. To je izmišljeni prostor gdje naracije ne samo da zaokupljaju naše vrijeme dok ih čitamo, pišemo i zamišljamo nego nam istovremeno stavljaju do znanja da vrijeme nije prazno, već prepuno aktivnosti i iskustava koje smo mu dodijelili. Online korisnici zamišljaju sebe kao dio zajednice zasnovane na vlastitom čitanju naracije. U mjeri u kojoj osigurava nove oblike javnog prostora *cyber* prostor nam daje mjesta za izražavanje. Na mreži imamo mogućnost da lako nađemo zajednice čiji su interesi u skladu s našima, ali i da sebe preoblikujemo, poprimimo različite osobnosti za različite zajednice i okruženja, da iskusimo više takvih prolaznih trenutaka konvergencije. Oni koji posećuju tematske forume na Usenetu dobivaju dokaz da se osjećaju kao grupa i da im te poruke “pripadaju”, stvarajući inverziju moći i svojine tradicionalne zajednice. Osjećaj slučajne povezanosti koji nam donosi internet uvjerava nas da “mi” (domaći) i “oni” (strani) ipak imamo nešto zajedničko i da moramo otići “tamo nekud” (Jones, 2001: 33). Riječ je o zajednici koja pripada članovima grupe, više nego oni njoj. Osjećanje identiteta ne izvodi se samo iz poistovjećivanja njenih članova s grupom, nego i iz njihovog shvaćanja identiteta te grupe. Beniger (1987, prema Jones, 2001:32) ih naziva “pseudozajednicama”, koje podrazumijevaju integraciju raznorodnih grupa putem masovne komunikacije i masovne proizvodnje. Internet ima svoju “svakodnevnost”, svoje navike, rituale i običaje i ima onih koji barem djelomično, a možda i potpuno, nalaze interakciju i osjećaj pripadnosti svojstvene zajednici za kojom tragaju u nekim interakcijama kada su “online”. Appaduraieva (2011) “zajednica osjećanja” je grupa koja zajednički zamišlja i osjeća. Transnacionalna i postnacionalna bratstva jesu zajednice koje su iznjedrili masovni mediji i koje u sebi okupljaju raznovrsna lokalna iskustva u sferi ukusa, zadovoljstva i politike. Međutim, u njihovom uzajamnom križanju stvorena je mogućnost prelaska s kolektivne imaginacije na translokalnu društvenu akciju. “Uloga elektronskih tehnologija u demokratskim pobunama u

Kini, Istočnoj Evropi i Sovjetskom Savezu 1989. godine omogućili su komunikaciju preko lokalnih i nacionalnih granica. Novi oblici elektronski posredovane komunikacije počinju da stvaraju virtualna susedstva, koja više nisu određena teritorijom, pasošem, porezom, izborima, već pristupom softveru i hardveru koji su potrebni za povezivanje s velikim međunarodnim kompjuterskim mrežama” (Appadurai, 2011: 290). Ta elektronska susjedstva su svojevrsne zajednice, koje razmjenjuju informacije i mnijenjaju i grade veze u mnogim oblastima života, od filantropije do braka.

Etnicitet koji je nekada bio smješten u okviru nekog lokaliteta sada je postao globalna sila koja prelazi granice države i nacije (Appadurai, 2011). Konvergencija prostora koju je donijela tehnologija i različiti sistemski utjecaji rearanžiraju aktualne i zamišljene prostore oko kojih se formira identitet, a lokalitet provodi u praksu. Na globalnom nivou, građani razvijaju veze istovremeno s globalnim i lokalnim identitetima, često uvjetovani da razvijaju identitetske narative kompatibilne s različitim kulturama. Javljaju se novi socijalni blokovi čiji su komunalni, plemenski i nacionalni korijeni pokidani voljnom i nevoljnom migracijom i emigracijom. Riječ je o globaliziranim dijasporama u deteritorijaliziranom svijetu i dijasporskim javnim sferama koje postaju dio kulturne dinamike gradskog života u većini zemalja. Istovremeno, mediji mijenjaju društveni kontakt sa svijetom metropole, već olakšan drugim kanalima. Kablovski gledatelji nacionalnih televizijskih emitera i slušatelji nacionalnih javnih radijskih servisa, kao i korisnici koji pristupaju nacionalno proizvedenom online sadržaju imaju mogućnost da se dijasporski ujedine oko vlastite domovinske kulture (Morley, 2000). Imigranti obično nisu geografski bliski i upravo im internet omogućava da ostanu u kontaktu s bližnjima i sa svojom etničkom zajednicom. Imaginacija, koja vezuje članove jedne elektronske grupe, razvija se iz zajedničkog pamćenja istog mjesta porijekla odakle potječe većina korisnika. Osjećanje zajednice zasnovano je na pripadanju postojbini odakle svi potječu, što je povezano s lokalnim, kao i na osjećanju novog prostora koji je stran i u kojem je pitanje pripadanja uvijek problematično. Kako je postojbina sada nedostupna, prostor interneta kooptira da pronađe društvo koje je bilo dostupno na prvotnom mjestu stanovanja. Internet povezuje individuu s domaćim terenom gdje je prvotno socijalizirana. Zbog novih oblika elektronske medijacije dijaspore se mijenjaju. Appadurai (2011) navodi nekoliko primjera vezanih za indijsku dijasporu. Indijci u Sjedinjenim Državama su putem digitalnih medija u direktnom kontaktu s događajima u postojbini, Indiji, a ti dijalozi stvaraju nove oblike udruživanja, razgovora i mobilizacije u njihovim “manjinskim” politikama u Sjedinjenim Državama. Mnogi od onih koji su putem elektronskih sredstava najagresivnije umiješani u indijsku politiku istovremeno su uključeni u dijasporske politike u gradovima i regijama Sjedinjenih Država. Također, mobilizacija indijskih žena protiv obiteljskog nasilja i suradnja progresivnih indijskih grupa s istomišljenicima zainteresiranim za Palestinu i Južnu Afriku pokazuju da ta virtualna elektronska susjedstva nude Indijcima nove puteve za sudjelovanje u proizvodnji lokalnosti u gradovima i predgrađima u kojima žive kao američki učitelji, inženjeri i poduzetnici. Na angažman Indijaca u Sjedinjenim Državama u politici multikulturalizma u SAD snažno utječe njihova umiješanost u zapaljivu politiku njihovog zavičaja, grada, obitelji u Indiji kao i na drugim mjestima gdje njihovi indijski rođaci i prijatelji žive i rade – u Engleskoj, Africi, Hong Kongu i na Bliskom istoku. Autor

naglašava da ono što se pojavilo nije naprosto suprotnost između prostornog i virtualnog susjedstva, nego značajan novi element u proizvodnji lokalnosti. Također, deterritorijalizacija stvara nova tržišta za filmske kompanije i putničke agencije koje niču iz potreba raseljenog stanovništva za domovinom. Globalni tok slika, vijesti i mnijenja sada omogućuje političko i kulturno znanje koje *dijaspore* unose u svoja prostorna susjedstva. Elektronska medijacija zajednice u dijaspori stvara složenije, disjunktne i hibridnije osjećanje lokalnog subjektiviteta (Appadurai, 2011). Ovi primjeri su slikovit prikaz toga kako elektronske i virtualne zajednice utječu na proizvodnju lokalnosti u današnjem svijetu.

Domaće i strano svakako su povezani s procesima enkulturacije i akulturacije. Appadurai govori o rušenju monopola autonomnih nacionalnih država zahvaljujući djelovanju elektronskih medija i transnacionalne mobilizacije (Appadurai, 2011). Faks, elektronska pošta i drugi oblici kompjuterske komunikacije stvorili su nove mogućnosti transnacionalne komunikacije koje često izmiču neposrednom nadzoru nacionalne države i velikih medijskih konglomerata. Ova komunikacija ima potencijal da omogući razdvojenim, a društveno heterofilnim korisnicima da razmjenjuju informacije asinkrono i da premoste prostorne, vremenske, perceptivne i psihološke granice. U postelektronskom svijetu imaginacija igra veoma značajnu ulogu. Ona, iako ima svoje preteče u prošlosti, ima sasvim novu društvenu snagu, jer je sadržana u svakodnevnim mentalnim procesima običnih ljudi u mnogim društvima. Prema Appaduraju, to se najprije vidi u načinu na koji premještanje stanovništva i sredstva komunikacije kontekstualiziraju i strukturiraju naše predodžbe (Appadurai, 2011). Takva bujnija imaginacija zbog selidbi definira konstrukte i vizije budućnosti. Ljudi koji mijenjaju mjesto boravka napuštajući svoje okruženje obilježeno lokalnim, zahvaljujući imaginaciji, koja ih projektira u budućnost, zamišljaju nove načine života kroz medijski prezentirane scenarije. Imaginacija u sebi sadrži sjećanje na prošlost i u njemu sadržana iskustva vezana za procese enkulturacije u domaćoj sredini i želju za budućnošću koju će uokviriti procesi akulturacije u dodiru sa stranim kulturama. Imaginacija kao osobina kolektiva – dio onoga što omogućuju masovni mediji kao sredstva zajedničkog čitanja, kritike i zadovoljstva, postaje pokretačka snaga moguće translokalne društvene akcije na većini kontinenata gdje migracija i masovni mediji zajednički grade novi smisao globalnog i lokalnog. Globalizacija ne implicira nužno, pa čak ni često, amerikanizaciju ili homogenizaciju, nego različita društva na različite načine usvajaju građu modernosti. Pitanje civilizacijskog Drugog povezano je s tim kako se lokalno pojavljuje u svijetu globalizacije i kako globalne činjenice dobivaju lokalni oblik. Jer sama globalizacija, usprkos težnji ka razvoju globalne, homogene kulture, jest neravnomjeran proces koji potiče vezivanje za lokalitete i fragmentaciju. U doba globalnog komuniciranja opstaje težnja ka vezivanju za specifičnosti i razlike koje odlikuju domaće. Međutim, dok s jedne strane bivamo navođeni da povezujemo obrasce promjena sa sve širim univerzumima interakcije, s druge smo strane vođeni unutra, ka kulturnim sklonostima i stilovima koji mogu biti čvrsto uglavljeni i u lokalne ustanove i u povijest lokalnog habitusa. Globalno umreženo društvo karakterizira kontrapozicija između logike globalne mreže i afirmacije velikog broja različitih sepstava (Castells, 2010). Ključno pitanje jest sposobnost ovih specifičnih

kulturnih identiteta (sačinjenih od materijala naslijeđenog od jedinstvenih povijesnih okolnosti, a potom prerađenog u novom okruženju) da međusobno komuniciraju (Tourraine, 1997, prema Castells, 2014).

Literatura:

Appadurai, A. (2011). *Kultura i globalizacija*. Beograd: XX vek

Jones, S. (2001). *Virtualna kultura: Identitet i komunikacija u kiber-društvu*. Beograd: XX vek

Fernbak, Dž. (2001). *Pojedinac u kolektivu: Virtualna ideologija i realizacija kolektivnih principa*, objavljeno u: Steven Jones, *Virtualna kultura: Identitet i komunikacija u kiber-društvu*. Beograd: XX vek

Canclini, N. G. (2012): *Hibridne kulture, prikrivena moć*, objavljeno u: Jelena Đorđević, *Studije kulture: Zbornik*, Beograd, Službeni glasnik

Castells, M. (2014). *Moć komunikacija*. Beograd: Klio

Lévi Strauss, C. (1966): *Divlja misao*. Beograd: Nolit

Lovink, G. (2011): *Networks Without a Cause – A Critique of Social Media*, Polity Press: Cambridge

Morley, D. (2000). *Home Territories: Media, Mobility and Identity*, London: Routledge.

Negroponte, N. (1995): *Biti digitalan*. Beograd: Klio

Radojković, M., Stojković, B., Vranješ, A. (2015): *Međunarodno komuniciranje u informacionom društvu*. Beograd: Klio

Rheingold, H. (1993): *The Virtual Community: Home steading on the Electronic Frontier*. Reading: Addison-Wesley.

Rushkoff, D. (1994). *Cyberia*. SanFrancisko: HarperSanFrancisko.

Stojković, B. (2009): *Mreže identiteta*. Godišnjak Fakulteta političkih nauka, god. III, broj 3, str. 355-364.

Stojković, B. (2002): *Identitet i komunikacija*. Beograd: Agora, Fakultet političkih nauka u Beogradu, Čigoja štampa

Waldenfels, B. (2010): *Osnovni motivi fenomenologije stranog*. Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad

Domestic and Foreign Structured by Imagination in the World of Virtual Communication

Abstract

This paper deals with the relationship of domestic and foreign, which is structured by new social power of imagination in a deterritorialized, globally networked world. It is grounded in the theory of disjuncture by Arjun Appadurai which deals with media and migration as the main elements and which examines their united action in the work of imagination as a constitutive feature of the postmodern subjectivity. Mass migration and means of communication mark the post-electronic world in that way that they evoke imagination, since they contextualize and structure our notions, offering new sources of imagining oneself and imaginary worlds. With the relocation of the population, a large and complex repertoire of images and narratives offers elements for experiments of the layout to viewers around the world which are based on fictional scenarios of lives of people living in other places. The media are a phantasmal place of crossing domestic and foreign, and they help build narratives about the Other and the proto-narrative of possible lives through enhanced social power of imagination.

Key words: domestic, foreign, imagination, virtual communication, media.